

تاريخ القبول: 2019/11/29

تاريخ الإرسال: 2019/10/05

تاريخ النشر: 2020/04/26

البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة من وجهة
نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية

**The political dialogue programs in the Algerian
private satellite channels from the point of view of
the media professors in the Algerian University**

¹د. عبد القادر بغداد باي ؛ ²د. يسري صيشي

¹المركز الجامعي أحمد زبانه (غليزان) . baghdadbey75@hotmail.fr

²جامعة حسيبة بن بوعلي (الشلف) . y.sichi@univ-chlef.dz

المخلص:

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة رأي الأساتذة المتخصصين في الإعلام بالجامعة الجزائرية حول البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، وذلك عن طريق تطبيق استبيان تم توزيعه إلكترونيا على عينة بطريقة عمدية، ولقد استخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي والثلاثي من أجل معرفة آراء الأساتذة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هو أن التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية هو التزام ضعيف جدا.

الكلمات المفتاحية: البرامج الحوارية السياسية، الفضائيات الجزائرية، أساتذة الإعلام، التأثير.

Abstract:

The objective of this study is to know the opinion of the university professors specialized in media about the political

talk show programs in the Algerian private satellite channels by applying a questionnaire that was electronically distributed on an available sample. The study used the five and triple Likert scale in order to know the opinions of the professors, The main findings of this study are that Algerian satellite channels do not respect the culture of dialogue in their political talk show programs.

Keywords: Political talk shows, the Algerian satellite channels, Professors specialists in the media, the Effect.

المؤلف المرسل: عبد القادر بغداد باي ، الإيميل: baghdadbey75@hotmail.fr

1. مقدمة:

دفع المشهد السياسي والاجتماعي بالجزائر في السنوات الأخيرة بالتقنيات الفضائية لممارسة أنماط اتصالية وإعلامية مختلفة من أجل مخاطبة الجمهور، وبحكم حداثة التجربة لدى أغلبها فقد تسابقت في إعداد برامج متنوعة من أجل استقطاب أكبر للمتابعين، وتعتبر البرامج السياسية عامة والسياسية الحوارية خاصة من بين البرامج التي نالت النصيب الأكبر من الانتعاش، وذلك لخصوبة المرحلة من حيث المشاكل والأزمات السياسية والاجتماعية، هذه الأخيرة التي باتت تطرح خلا في التواصل الاجتماعي نظرا لتسبغ الساحة بالآراء المختلفة والمتناقضة والمتصارعة في كثير من الأحيان، كل هذا ضمن مناخ يفتقر لأبجديات الحوار الزاقي الواعي، ما عقّد مهمة وسائل الإعلام خاصة منها الفضائيات أين يكون فيها حصص وبرامج لطرح قضايا رأي عامة وقضايا حاسمة ومفصلية في المجتمع الجزائري، ويكون فيها حضور لضيوف وشخصيات لمناقشة هذه القضايا، وهنا يكمن التحدي الذي تواجهه الفضائيات الجزائرية من حيث الامتثال للموضوعية والحيادية والتوازن في الأداء

الإعلامي، دون التورط في أجنداث معينة على حساب أخرى، والعمل على إعلاء صوت الإعلام النظيف، لكن للأسف المتابع للواجهة الإعلامية ضمن الفضائيات الجزائرية خاصة في شقها المتعلق بالبرامج السياسية الحوارية يجد أنه يغلب عليها طابع الصراع السياسي والتّحيز وجنوح إلى تشكيل الرأي العام وفق زوايا ضيقة تخدم مصالح معينة، من شأنها في النهاية التأثير على المتلقي وفق اتجاه معين، وهذا هو الخلل الاتصالي الذي تتطرق منه دراستنا هذه.

2. الجانب المنهجي للدراسة : يتمحور حول المحطات المنهجية التالية:

1.2 تحديد المشكلة البحثية: فرضت البرامج الحوارية السياسية نفسها كقالب يحظى بمتابعة كبيرة من قبل المشاهدين، وهذا ما يفسر كثرة هذا النوع في الفضائيات الجزائرية الخاصة، ولا يجب إنكار أنها تقدّم خدمة للمشاهد من حيث طرحها لقضايا الساعة واجتهاد بعضها في الكشف عن الحقيقة والوصول إلى حلول للمشاكل المطروحة، لكن يبقى هناك تخوف من الجزء المتبقي الذي يعتبر البرامج الحوارية السياسية طعما لجلب الإعلانات إلى المؤسسة الإعلامية، ما يدفع بها إلى ضرب الحائط بكل القيم الإعلامية والمهنية، وزيادة جرعات الإثارة وخدمة الأجنداث المسيطرة بعيدا عن أساسيات ومبادئ هذا القالب الإعلامي، ولأن المتخصصين الأكاديميين في الإعلام هم الأقرب إلى نقد مدى امتثال البرامج الحوارية السياسية للقواعد التي وضعت من أجلها، جاءت هذه الدراسة كمحاولة لرصدها وتقييمها في سياق القنوات الفضائية الجزائرية وذلك من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية، ومنه نطرح التساؤل التالي: ما هي وجهة نظر أساتذة الإعلام إزاء البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة؟

2.2 تساؤلات الدراسة: للإجابة على الإشكالية سابقة الذكر نطرح التساؤلات الفرعية

التالية: *أ- ما هي وجهة نظر أساتذة الإعلام في مدى التزام الفضائيات الجزائرية

الخاصة بثقافة الحوار؟. *ب- ما هي وجهة نظر أساتذة الإعلام في مدى التزام البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة بثقافة الحوار؟ *ج- ما هي وجهة نظر أساتذة الإعلام في تأثير البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على التواصل الاجتماعي؟

3.2 تحديد المصطلحات:

البرامج : هي أشكال فنية تعكس أفكارا معينة تقوم بتقديمها المؤسسات الإعلامية للمتلقين من أجل إخباره بالأحداث والمعلومات التي تهتمه، والعمل على تثقيفه والترفيه عنه لكي يتكيف مع الواقع مستندة الى وقائع وأسس علمية مبنية على حاجيات الجمهور ورغباته¹.

البرامج الحوارية: تعرف البرامج الحوارية بأنها أحد أشكال التعبير التلفزيوني الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوه الأحداث والتطورات التي تهم مختلف شرائح المجتمع²؛ كما تعرف على أنها " عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقى مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر"³.

البرامج الحوارية السياسية: في دراستنا هذه تعتبر البرامج الحوارية السياسية هي كل البرامج التي تبتث على الفضائيات الجزائرية الخاصة، والتي تتناول مواضيع وقضايا سياسية بالحوار والمناقشة سواء كانت مسجلة أم بثا مباشرا.

الفضائيات الجزائرية الخاصة: هي القنوات الفضائية التي تحمل هوية جزائرية سواء كانت تعمل بموجب اعتماد قانوني كقناة جزائرية، أم فقط تملك ترخيصا لفتح مكتب لها بالجزائر.

أساتذة الإعلام: وهم الأساتذة الجامعيون بالجامعة الجزائرية الذين تخصصهم الإعلام.

4.2 الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.4.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة: يعتبر مجتمع البحث في دراستنا هذه أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية، وقد لجأنا إلى اختيار العينة العمدية عن طريق اللجوء إلى اختيار المفردات المتاحة ضمن أهم التجمعات الافتراضية لأساتذة الإعلام ضمن شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وقد أجاب على الاستمارة 60 مبحوثا في الفترة بين 2019/07/15 إلى 2019/08/15 .

2.4.2 أداة جمع البيانات: للوصول الأسرع إلى عينة الدراسة قمنا بالاستعانة بخدمات غوغل درايف لتصميم استبيان إلكتروني، ثم توزيع الاستبيان إلكترونياً*، وذلك من أجل تسهيل عملية جمع المعطيات في وقت قياسي؛ لقد لجأ الباحثان إلى الاستعانة بمقياس ليكرت الخماسي من أجل قياس رأي المبحوثين تجاه مدى التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية بمعدل 7 فقرات، تتم الإجابة عنها وفق خمسة بدائل تحمل الأوزان التالية : درجة قليلة جدا = 5، درجة قليلة = 4 ، درجة متوسطة = 3 ، درجة كبيرة =2، درجة كبيرة جدا =1، وعليه فإن المدى يحسب 1-5=4، ومنه فإن طول الفئة 5/4 ويساوي 0.8، ويتم تقدير مستويات الاستجابة وتفسير المتوسطات وفق الجدول 01:

جدول رقم 01 يوضح التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار

المتوسط الحسابي	مدى التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية
5- 4.21	ضعيفة جدا
4.2 - 3.41	ضعيفة
3.4 - 2.61	متوسطة
2.6 - 1.81	كبيرة
1.8-1	كبيرة جدا

أيضا استخدم الباحثان مقياس ليكرت الثلاثي لقياس رأي أساتذة الإعلام حول تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي وذلك من خلال 12 فقرة تتم الإجابة عنها وفق ثلاثة بدائل تحمل الأوزان التالية : موافق =3، محايد = 2 ، معارض = 1، وعليه فإن المدى يحسب 3-1=2، ومنه فإن طول الفئة 3/2 ويساوي 0.7، ويتم تقدير مستويات الاستجابة وتفسير المتوسطات وفق الجدول 2:

جدول رقم 02 يوضح درجة تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل

الاجتماعي

المتوسط الحسابي	درجة تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي
3.3 - 2.6	تأثير كبير
2.5 - 1.8	متوسطة
1.7 - 1	ضعيفة

وقد تضمنت الاستمارة ثلاثة محاور كالتالي:

المحور الأول: تضمن البيانات السوسيوديمغرافية للمبحوثين.

المحور الثاني: مدى متابعة أساتذة الإعلام للبرامج الحوارية السياسية.

المحور الثالث: وجهة نظر أساتذة الإعلام حول مدى التزامات الفضائيات الجزائرية عامة والبرامج الحوارية السياسية خاصة بثقافة الحوار التزامها.

المحور الرابع: يبين وجهة نظر أساتذة الإعلام في تأثير البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على التواصل الاجتماعي.

3. الجانب النظري للدراسة:

1.3 أصناف الحوار التلفزيوني: إن الحديث عن الحوارات التلفزيونية يستوجب الاستناد إلى تصنيفات عديدة من أجل تبيان كافة أوجه الاختلاف، وفيما يلي

نستعرض أهم هذه التصنيفات:

1.1.3 تصنيف على أساس المضمون⁴ ويأخذ الأنواع التالية:

أ- حوار المعلومات: الهدف منه الحصول على أكبر قدر من المعلومات من الشخصية المستضافة

ب- حوار الرأي: يهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية أو مسألة ما .

ت- حوار الشخصية: وذلك بغرض تقديم شخصية معينة للجمهور لإثارة انتباههم بطريقة ما.

ث- حوار المعلومات: لتقديم شروحات علمية او عرض وتحليل أحداث وملفات معينة.

2.1.3 تصنيف على أساس المكان:⁵

أ- الحوار الميداني: والذي يتم إجراؤه ميدانيا في مكان تواجد أو عمل الضيف المقصود وفي بيئته، إضافة إلى التي تكون في الخارج أوقات الأزمات.

ب- الحوار داخل الاستوديو: الذي يكون ضمن نطاق القناة وفي أحد استوديوهاتها.

ت- الحوار المباشر عبر الأقمار الصناعية: والذي يكون فيه تدخل الضيف عبر الاتصال به نظرا لصعوبة حضوره أو لبعده المسافة أو لأسباب أمنية.

3.1.3 تصنيف على أساس الضيوف والحضور:

أ- برامج تستضيف ضيف واحد.

ب- برامج تستضيف شخصيتين سياسيتين كل شخصية تمثل أو تنتمي إلى طرف، أو شخصية سياسية وصحافية.

ت- برامج تستضيف عدة شخصيات سياسية أو سياسيين وصحافيين وأشخاص من المجتمع المدني أو خبراء، أو مواطنين،....

ث- برامج بوجود جمهور حاضر.

ج- برامج بدون جمهور⁶

ح- برامج تستقبل اتصالات أو رسائل من الجمهور وبرامج لا تستقبل.

2.3 أنواع البرامج الحوارية: تناولت منى اللبودي مناقشة أنواع البرامج الحوارية كالتالي:

1.2.3 المحادثة الحرة: وهي نشاط لغوي تميزه التلقائية وعدم الالتزام بالرسميات ولا يوجد مناقشة لموضوع محدد كما لا تهدف إلى الوصول لقرار معين، فالمحادثة الحرة هي حوار مرتجل وتلقائي يشارك فيه طرفان أو أكثر دون الالتزام بموضوع محدد، ويمكن مشاهدة مثل هذه المحادثات في مرافق الحياة اليومية وفي اللقاءات العائلية والمحادثات الهاتفية وفي اجتماعات الأصدقاء في مواقع التجمعات اليومية للناس بمستوياتهم الثقافية والمهنية والاجتماعية المختلفة⁷

وترى بأن البرامج الحوارية يمكن للضيف فيها أن ينسحب في أي وقت دون سبب طارئ، وفي كثير من الأحيان لا يكون فيها تحضير مسبق للمقابلة أو استعداد للتوصل لحل ما أو غير ذلك، فقط يكون فيها موضوع عام للمناقشة دون تحديد توجهات وخطوط واضحة للحوار.

2.2.3 المناقشة: وهي موقف مخطط يشترك فيه مجموعة من الأفراد تحت إشراف وتوجيه قيادة معينة لبحث مشكلة أو موضوع محدد، بطريقة منظمة ويعرف كل فرد فيها دوره بهدف الوصول إلى حل تلك المشكلة أو الموضوع بالتحليل والنقاش والتفسير والتقييم للتوصل إلى أفضل الحلول⁸.

3.2.2 المناظرة: وهي مناقشة ثنائية تتم عادة حول موضوع يمثل طرفان يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجها لوجه داخل الاستديو، أو يكون كل منهما بمكتبه أو في بلده ويسمع الآخر عبر الوسيط الإعلامي الإذاعي بالهاتف أو عبر الشاشة⁹.

3.3 وظائف البرامج الحوارية:

1.3.3 الوظائف حسب سعد لبيب¹⁰ :

أ- وظيفة الإعلام : يقدم الحوار كل ما هو جديد من معلومات وأخبار عن الأحداث المهمة في سياسيا واقتصاديا واجتماعيا ورياضيا.

ب- وظيفة الشرح والتفسير : شرح وتفسير ما يحدث من أحداث وأمور في جوانب الحياة المختلفة.

ت- وظيفة التعليم : تقديم معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات المشاهدين.

ث- وظيفة التثقيف : تثقيف المشاهدين عن طريقة الحوار مع قادة الفكر والأدباء والفنانين.

ج- وظيفة خدمة وتنمية المجتمع: وتعي توعية وتنمية المشاهدين في مجالات تخصصهم عن طريق الحوار مع المتخصصين في المجالات كافة.

2.3.3 الوظائف حسب أديب خضور¹¹:

- توضيح فكرة أو ظاهرة أو قانون أو تقييم تجربة.
- التعريف بالشخصيات وإبراز أفكارها وتجاربها.
- إبراز رأي الأطراف المعارضة.
- تعميق الطرح والفهم لقضية ما أو شرح موقف غامض.
- محاربة الشائعات والأفكار المسبقة.
- كشف الحقائق والمعلومات حول موضوعات مختلفة.
- الاستفادة من الشخصيات المهمة ومن جماهيريتها ومصداقيتها من أجل تحقيق أهداف معينة.

3.3.3 مقومات البرامج الحوارية: وهي الأركان والقواعد الأساسية التي تقوم عليها البرامج الحوارية والحوار والتي من دونها يفقد البرنامج الحوارى معناه وأهدافه¹² ومن أهم هذه المقومات نذكر ما يلي:

1-وجود طرفين متحاورين على الأقل: رغم بدهة هذا الشرط إلا انه هناك تفاصيل وشروط ضمنية لزيادة فعالية الحوار، فالمتحاوران يجب أن يكونا من توجيهين مختلفين، حتى يكون لدينا طرفان للقضية يمكن من خلال المناقشة وتبادل الأفكار بينهما إثراء المناقشة حقا، لأنه إذا كان الطرفان من التوجه ذاته ستتحول المناقشة حديثا ذاتيا أو حوارا داخليا لا يقدم جديدا للمجتمع.

2-وجود قضية للحوار: إن وجود قضية واضحة في البرنامج الحوارى، يعطي قيمة للنقاش ويعطي الهدف الأسمى من البرنامج، في اتجاه البحث عن حلول وتقديم تفسيرات واقعية، لكن دون ذلك يتحول البرنامج الحوارى إلى استعراض عضلات من قبل الشخصيات أو جدال عقيم لا يقدم شيئا للجمهور سوى الإثارة.

3-وجود مناخ من حرية الفكر وتقبل الآخر: الحرية الفكرية عامل أساسي في نجاح البرامج الحوارية، خاصة مع مستوى عال من تقبل الآخر، فهذا من شأنه تجنب المناقشة أن تتحول إلى مواقف شخصية يغذيها التعصب، ورفض الآخر والتركيز على الرد والدفاع عوض الاستماع والإنصات للآخر.

4-الاستعداد النفسى لقبول النتيجة: وهنا يتوجب على المحاور أن يكون مستعدا لتقبل نتائج الحوار حتى ولو كان ضد قناعاته وآرائه، وعلى طرفا الحوار أن يحتكما لصوت المنطق والعقل والمعطيات التي استعرضها كلاهما، دون الاستناد فقط للعاطفة.¹³

5-الالتزام بقواعد ثقافة الحوار: يعتبر هذا البند من أشدها صعوبة وبالوقت ذاته نجاعة، لأن الالتزام بثقافة الحوار على أبسطها يتيح الفرصة لإنجاح البرنامج

الحواري، فالإنصات وعدم المقاطعة وعدم رفع الصوت، وتجنب التحيز، إضافة إلى التركيز على القضية الخلافية لا على الشخص المقابل من شأنه أن يعطي قيمة مضافة للحوار بغض النظر عن طبيعة القضية موضوع النقاش.¹⁴

4. نتائج الدراسة المسحية:

- توصيف عينة الدراسة

1- جدول رقم 03 يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للعمر

السن	ك	%
29-32 سنة	17	28.34
33-36 سنة	29	48.33
37-40 سنة	6	10
أكثر من 40 سنة	8	13.33
المجموع	60	100

يوضح الجدول رقم 03 توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة، حيث نجد أن الفئة الغالبة هي فئة من 33 سنة إلى 36 سنة وذلك بنسبة 48.33%، تليها فئة من 29 سنة إلى 32 سنة بنسبة 28.34%، في المرتبة التالية فئة الأكثر من 40 سنة وذلك بنسبة 13.33%، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة من 37 - 40 سنة وذلك بنسبة 10%.

2- الجدول رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكر	28	46.67
أنثى	32	53.33
المجموع	60	100

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة هي من فئة الإناث وذلك بـ 53.33%، في حين نسبة الذكور تقدر بـ 46.67%.

3- جدول رقم 05 يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للرتبة:

الرتبة	ك	%
أستاذ مساعد قسم ب	28	46.67
أستاذ مساعد قسم أ	15	25
أستاذ محاضر قسم ب	10	16.67
أستاذ محاضر قسم أ	4	6.66
أستاذ التعليم العالي	3	5
المجموع	60	100

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن النسبة الأعلى من أساتذة الإعلام عينة الدراسة كانوا من أساتذة مساعدين قسم ب وذلك بنسبة 46.67%، يليهم الأساتذة المساعدين قسم أ بنسبة 25%، بعد ذلك الأساتذة المحاضرين قسم ب بنسبة 16.67%، ثم الأساتذة المحاضرون قسم أ بنسبة 6.66%، وفي الأخير أساتذة التعليم العالي بنسبة 5%، ولا تعكس هذه النتائج دلالة ترتيبية معينة بقدر ما انعكست فترة الدراسة التي تزامنت وعطلة الصيف أين كان الأغلب في عطلة ما أضعف تجاوب الباحثين مع الاستمارة الإلكترونية.

عرض النتائج العامة ومناقشتها:

4- جدول رقم 06 يوضح توزيع أفراد العينة حسب القناة الفضائية

الجزائرية الخاصة الأكثر متابعة؟

القناة المتابعة	ك	%
الشروق نيوز	22	36.67
النهار	24	40
نوميديا نيوز	0	0
بور تي في	0	0
كا بي سي	8	13.33
البلاد	6	10
دزاير نيوز	0	0
المجموع	60	100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 06 أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتابع قناة النهار وذلك بنسبة 40%، تليها قناة الشروق بنسبة 36.67%، ثم قناة كا بيس ي بنسبة 13.33%، وأخيرا قناة البلاد بنسبة 10%، في حين لم تظهر نسب متابعة تخص كل من قناة نوميديا نيوز وقناة بور تي في وقناة دزاير نيوز، وتكشف النتائج بالأعلى أنه رغم ما يدور من لغط حول قناة النهار خاصة من الطبقات المثقفة واتهامها بالازدواجية في المعايير والابتعاد عن الاحترافية، إلا أنها لا زالت تتمتع بشعبية لدى الجمهور حتى من الطبقة الأكاديمية ذاتها، فرغم التحفظات المسجلة نحوها إلا ان هذا لم يمنعهم من الاعتماد عليها كمصدر للأخبار.

5-جدول رقم 07 يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول مدى التزام

الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية

الفقرة	درجة قليلة جدا	درجة قليلة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	درجة كبيرة جدا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	النتيجة
عدم تحيز الاعلامي إلى أحد الضيوف	45	10	5	0	0	4.67	0.62	93.4	درجة قليلة جدا
عدم استخدام العنف اللفظي	15	35	10	0	0	4.08	0.64	81.6	درجة قليلة
عدم توجيه الاتهامات المتبادلة	30	15	12	3	0	4.2	0.93	84	درجة قليلة جدا
عدم التسرع في إصدار الأحكام	8	37	15	0	0	3.88	0.61	77.6	درجة قليلة
ضرورة الاحترام المتبادل	10	40	7	3	0	3.95	0.69	79	درجة قليلة
عدم التعصب للرأي	18	31	10	1	0	4.1	0.72	82	درجة قليلة
تقبل الطرف الآخر ولو كان مخالفا للرأي	20	29	11	0	0	4.15	0.7	83	درجة قليلة

الجدول رقم 08 يوضح الاتجاه العام للمحور

النتيجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط العام للمحور
درجة قليلة	83	0.75	4.15	

من خلال نتائج الجدول رقم 07 يتضح أن المتوسط الحسابي لرأي أساتذة الإعلام حول مدى التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية يقع بين 3.88 و 4.67 وهي قيم تعكس التزام يتراوح بين الدرجة القليلة والدرجة القليلة جدا، واستنادا إلى الجدول رقم 08 الموضح للاتجاه العام للمحور نجد أن المتوسط الحسابي 4.15 وبالرجوع إلى الجدول رقم 01 نجد أن درجة التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية هي درجة ضعيفة جدا من الالتزام.

6-جدول رقم 09 يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول الهدف الحقيقي وراء البرامج

الحوارية السياسية.

الهدف	ك	%
إظهار الحقائق للمشاهدين	8	13.33
جلب أكبر قدر من المعننين	19	31.67
إيجاد حلول للقضايا والمشاكل المطروحة	4	6.66
خدمة أجنداث ومصالح معينة	20	33.34
توجيه الرأي العام إلى قضايا معينة وإلهاؤهم عن قضايا أخرى	6	10
إحراج الضيوف في قضايا معينة	3	5
المجموع	60	100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 09 أن آراء أساتذة الإعلام حول الهدف الحقيقي من وراء البرامج الحوارية السياسية هو خدمة أجندة ومصالح أطراف معينة وذلك بنسبة 33.34%، بينما هناك من يرى أن الهدف الحقيقي هو جلب أكبر قدر من المعننين وذلك بنسبة 31.67%، أما الفئة التالية فترى بأن إظهار الحقائق للمشاهدين جاءت بنسبة 13.33%، في المرتبة التالية هناك من يعتقد أن الهدف الحقيقي هو توجيه الرأي العام إلى قضايا معينة وإلهاؤهم عن قضايا أخرى وذلك بنسبة 10%، تليها إيجاد حلول للقضايا والمشاكل المطروحة كهدف بنسبة 6.66%، وفي الأخير إحراج الضيوف في قضايا معينة بنسبة 5%، رغم هذا التباين في آراء أساتذة الإعلام محل الدراسة إلا أنهم يشتركون في قواسم مشتركة، من بينها تشبعهم بالجانب الأكاديمي النقدي للمنتوج الإعلامي الذي يمكنهم من قراءة ما بين السطور ضمن هذه البرامج وبالتالي تستند وجهات نظرهم في جزء كبير منها إلى معرفة علمية، أيضا رغم اختلافهم إلا أنهم يشتركون في وجود توجس وتأکید على عدم شفافية هذه البرامج ووجودها فقط لخدمة المشاهد دون أهداف مضمرة.

7-الجدول رقم 10 يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول تأثير

البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي

الفقرة	معارض	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	المعيار الانحراف	%	الاتجاه
هي برامج قولية للرأي العام	0	18	42	1.3	0.46	43.33	موافق
تعتبر أداة نقد فعالة للسياسات العامة	16	9	35	1.68	0.87	56	محايد
تؤثر بشكل سلبي على الهوية الوطنية	7	13	40	1.45	0.69	48.33	موافق
برامج تعمل على إيجاد حلول للقضايا العالقة	33	7	20	2.22	0.91	74	محايد
هي ساحة لتبادل الاتهامات	0	12	48	1.2	0.4	40	موافق
هي برامج توعوية بالدرجة الأولى	46	8	6	2.67	0.65	89	معارض
تعمل على نشر التعصب والطائفية	0	13	47	1.22	0.41	40.67	موافق
تعتبر نقطة التقاء الرأي والرأي الآخر	8	9	43	1.42	0.71	47.33	موافق
هي مجرد استعراض لقدرات الضيوف	10	10	40	1.5	0.76	50	موافق
هي برامج واقعية وتقدم الحقيقة	25	0	35	1.83	0.99	61	محايد
هي برامج معدة مسبقا لخدمة فئات سياسية معينة	4	5	51	1.22	0.55	40.67	موافق
هي برامج تعبر عن صوت الشعب	49	9	2	2.78	0.49	92.67	معارض

من خلال نتائج الجدول رقم 10 يتضح أن المتوسط الحسابي لرأي أساتذة

الإعلام حول تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي يقع بين 1.2 و2.78 وهي قيم تعكس آراء تتراوح بين الموافقة والمعارضة، واستنادا إلى الجدول

رقم 11 الموضح للاتجاه العام نجد أن المتوسط الحسابي 1.71 وبالرجوع إلى الجدول رقم 02 نجد أن رأي أساتذة الإعلام حول تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي هو تأثير متوسط .

4. تحليل النتائج:

- (1) 40% من أساتذة الإعلام عينة الدراسة يتابعون قناة النهار كمصدر أساسي للأخبار، و36.67% يتابعون قناة الشروق.
- (2) 93.4% من المبحوثين يعتبرون أن الفضائيات الجزائرية الخاصة لا تلتزم بمبدأ عدم تحيز الإعلامي إلى أحد الضيوف في برامجها الحوارية السياسية.
- (3) 84% من أساتذة الإعلام يرون بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة لا تلتزم بمبدأ عدم توجيه الاتهامات المتبادلة أثناء الحوار .
- (4) 83% من العينة يرون بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة في برامجها الحوارية السياسية لا تلتزم بمبدأ تقبل الطرف الآخر ولو كان مخالفا للرأي.
- (5) يرى أساتذة الإعلام بأن درجة التزام الفضائيات الجزائرية بثقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية هي درجة ضعيفة جدا .
- (6) 33.34% من أفراد العينة يرون بأن الهدف الحقيقي وراء البرامج الحوارية السياسية هو خدمة أجندات ومصالح معينة.
- (7) 31.67% من العينة يرون بأن الهدف الحقيقي وراء البرامج الحوارية السياسية هو جلب أكبر قدر من المعلنين.
- (8) 6.66% من المبحوثين يرون بأن الهدف الحقيقي وراء البرامج الحوارية السياسية إيجاد حلول للقضايا والمشاكل المطروحة.
- (9) 43.33% من عينة الدراسة يعتبرون بأن تأثير البرامج الحوارية السياسية على الاتصال الاجتماعي يكمن في قولبة الرأي العام.

10) 56% من المبحوثين الدراسة يعتبرون بأن تأثير البرامج الحوارية السياسية على الاتصال الاجتماعي يكمن في النقد السياسات العامة.

11) 40.67% من عينة الدراسة يعتبرون بأن تأثير البرامج الحوارية السياسية على الاتصال الاجتماعي يكمن في نشر التعصب والطائفية.

12) يرى أساتذة الإعلام أن تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي هو تأثير متوسط.

5. خاتمة:

لقد أثبتت الدراسة أن الأغلبية الكبيرة من أساتذة التعليم العالي تخصص الإعلام يتتبعون قناة النهار الخاصة فضلا عن قناة الشروق التي تليها في المرتبة الثانية، وأكد جل المبحوثين الأساتذة محل الدراسة أن الفضائيات الجزائرية الخاصة لا تلتزم بمبدأ عدم التحيز الإعلامي إلى أحد الضيوف في برامجها الحوارية السياسية، ولا تلتزم في ذات الوقت بمبدأ عدم توجيه الاتهامات المتبادلة أثناء الحوار، كما أنها لا تلتزم مطلقا بمبدأ تقبل الطرف الآخر أثناء الحوارات الإعلامية ولو كان مخالفا للرأي، مع تسجيل درجة ضعيفة جدا في التزام الفضائيات الجزائرية الخاصة بتقافة الحوار في برامجها الحوارية السياسية، مع التأكيد على أن الأهداف الحقيقية من خلال إدارة البرنامج الحوارية هي خدمة أجنداث ومصالح معينة وكذا جلب أكبر قدر ممكن من المعلنين، كما أكدت العينة المبحوثة أن تأثير البرامج الحوارية السياسية على التواصل الاجتماعي هو تأثير متوسط، وعليه فالنتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة الميدانية جاء مخالفا في كثير من مراحلها البحثية ما كان متوقعا من طرف الباحثين.

الهوامش

¹ عبد المولى موسى محمد، "حرية التعبير وانعكاساتها على برامج الحوار بقناة الجزيرة" (رسالة ماجستير في الإعلام، منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2005 ص10.

² ايناس رأفت شوفان، "التسويق وإدارة الإعلان: عمان: دار الفكر، 2009) ج 1، ص27.

³ يوسف مرزوق، "المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي" (ب ط؛ القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية، 1986) ب ج، ص87.

*الاستبيان متاح على الرابط التالي :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfTZMGAI3o3ynZGYhJK_E9jWyym0hYavKffWNg2SiZpMBjZNdW/viewform

⁴ ماجي الحلواني، محمد مهند، "مقدمة الفنون الإذاعية والسمعية" القاهرة: 1999، ص167.

⁵ جوسلين نادر، طوني مخايل "رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية" (تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2015) ص07.

⁶ منى إبراهيم اللبودي، "الحوار فنياته استراتيجياته" ط 1؛ القاهرة: مكتبة هبه، 2003، ص95.

⁷ المرجع السابق، نفس الصفحة.

⁸ عيسى محمود الحسن، "الإذاعة والبرامج الجماهيرية- سلسلة كتب الصحافة والإعلام" (ب ط؛ عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2005) ب ج، ص95.

⁹ كرم شلبي، "فن الكتابة للراديو والتلفزيون" (بيروت: دار مكتبة الهلال، 2008) ، ص22.

¹⁰ سعد لبيب، "من الحوار" (ب ط؛ بغداد: دار الحرية للطباعة، 1972) ب ج، ص88)

¹¹ أديب خضور، "دراسات تلفزيونية" (ب ط؛ دمشق: المكتبة الإعلامية، 1998) ب ج، ص09.

¹² أديب خضور، "الحديث التلفزيوني" (ب ط؛ دمشق: المكتبة الإعلامية، 2002) ب ج، ص34.

¹³ سوزان يوسف، هبة الله بهجت، "إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون" (ب ط؛ القاهرة: مكتبة الشباب، 2005) ب ج، ص56.

¹⁴ حنان يونس، "تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية" (ط 1؛ القاهرة: أطلس النشر، 2006) ب ج، ص57.